

JULIANA LAZZAROTTO FREITAS

**FONTES DE INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS: UM LEVANTAMENTO NA
ÁREA DE CIÊNCIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO**

CURITIBA

2011

JULIANA LAZZAROTTO FREITAS

**FONTES DE INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS: UM LEVANTAMENTO NA
ÁREA DE CIÊNCIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO**

Monografia apresentada ao Departamento de Contabilidade, do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, como requisito para obtenção do título de especialista no Curso de Pós-Graduação em Gestão de Negócios-2010.

Prof. Orientador: Dr. Edelvino Razzolini Filho

CURITIBA

2011

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em especial, ao meu professor orientador Dr. Edelvino Razzolini Filho, que me deu a oportunidade de realizar esse curso e também, por sua orientação e compreensão.

Aos colegas que me apoiaram no fechamento de mais essa etapa e às pessoas que participaram da minha caminhada de formação profissional.

RESUMO

FREITAS, Juliana Lazzarotto. Fontes de informação para negócios: um levantamento na área de Ciência e Gestão da Informação. Estudo exploratório descritivo que apresenta fontes de informação do domínio da Ciência e Gestão da Informação (CGI) para a prática de uma gestão de negócios efetiva nas organizações. Levanta a literatura desse domínio sobre a gestão de negócios e categoriza tematicamente as fontes de informação das áreas de recursos humanos, finanças, marketing, tecnologia da informação e planejamento, em seus três níveis: operacional, tático e estratégico. Propõe um quadro de fontes de informação para o processo decisório das organizações a partir de dois repositórios de conhecimento da área da CGI. O primeiro refere-se à Base Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (Brapci), e o segundo é a BaseKM, repositório nacional de trabalhos apresentados em eventos sobre a Gestão do Conhecimento. Visa permitir um conhecimento mais aprofundado sobre as fontes de informação especializadas na área e estimular o desenvolvimento de negócios, nos quais a informação é o insumo principal às tomadas de decisões nas áreas de uma organização. Busca enfatizar a informação oportuna, notória, completa, atual e útil como instrumento para o desenvolvimento de planejamentos estratégicos, para a criação, aplicação, implementação e manutenção de estratégias nas organizações. O referencial teórico ramifica-se em: fontes de informação, mapeamento de informações externas às organizações, informação como estratégia, taxonomias e classificações diferentes de fontes de informação para negócios, a importância do periódico científico como fonte de informação para negócios com vistas a permitir um conhecimento mais aprofundado da informação como recurso essencial à competitividade das empresas e ao desenvolvimento de ferramentas de inteligência competitiva.

Palavras chave: Fontes de Informação; Informação para negócios; Gestão da Informação; Gestão de negócios; Bases de dados.

ABSTRACT

It's an exploratory and descriptive study that presents information sources in Science and Information Management (CGI) field towards an effective business management in organizations. Identifies the literature about business management in this field and categorizes the information sources in the organizational functional areas of human resources, finance, marketing, information technology and planning at three levels: operational, tactical and strategic. Proposes a framework of information sources for decision-making in organizations from two repositories of knowledge in the field of CGI. The first one refers to the Base Referencial de Artigos de periódicos em Ciência da Informação (Brapci), and the second is the BaseKM, repository of papers presented at national events on Knowledge Management. It Intendes to allow a deeper knowledge about the specialized information sources in the area and stimulates business development, in which information is the main feature to decision making. Strives to emphasize some information characteristics as: propitious, prominent, complete, current and useful as a tool for developing strategic plans and for the creation, implementation and maintenance of strategies in organizations. The theoretical basement is divided into: sources of information, mapping external information, information strategy, kinds of taxonomies and classifications for information sources on business, as well as the importance of scientific journals as a source of business information in order to permit more accurate knowledge of information as an essential resource to business competitiveness and to the development of tools for competitive intelligence.

Keywords: *Information Sources; Business Information; Information Management; Business Management; Databases.*

LISTA DE SIGLAS

BI	- <i>Business Intelligence</i>
BRAPCI	- Base Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação
CAPES	-Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CGI	- Ciência e Gestão da Informação
CI	- Ciência da Informação
GC	-Gestão do Conhecimento
GI	- Gestão da Informação
IBICT	-Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
IC	- Inteligência Competitiva
MA	- Monitoramento Ambiental

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
1.1 QUESTÃO DE PESQUISA	8
1.2 JUSTIFICATIVA.....	9
1.3 OBJETIVOS.....	10
1.3.1 Objetivo Geral	10
1.3.2 Objetivos Específicos	10
2 METODOLOGIA	11
2.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO.....	12
2.1.2 Quanto aos objetivos da pesquisa.....	13
2.1.3 Quanto aos procedimentos da pesquisa	13
2.2 DESCRIÇÃO DA AMOSTRA, COLETA E ANÁLISE DE DADOS	14
3 REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
3.1 FONTES DE INFORMAÇÃO	15
3.2 COMO MAPEAR INFORMAÇÕES NO AMBIENTE EXTERNO.....	17
3.3 INFORMAÇÃO COMO ESTRATÉGIA	19
3.4 PERIÓDICOS COMO PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÃO	20
3.5 FONTES DE INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS	21
3.5.1 Informação e competitividade.....	24
3.5.2 Inteligência Competitiva	26
4 RESULTADOS.....	28
4.1 BASE BRAPCI	28
4.2 BASEKM	36
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
REFERÊNCIAS	44
ANEXO I	48
ANEXO II	53

1 INTRODUÇÃO

As informações de negócios determinam a capacidade inovativa das organizações, para gerar maior lucratividade na oferta de produtos e serviços que atendam seus clientes e tragam vantagem competitiva no mercado em que estão inseridas. Esse estudo demonstra como a Gestão da Informação (GI) contribui para a gestão de negócios nas organizações por meio da indicação de fontes de informação para as diferentes áreas de negócio de uma organização, as quais podem ser categorizadas, de forma geral, em: recursos humanos, marketing, finanças, tecnologia da informação, produção e planejamento. Esta última área foi subdividida pelos níveis estratégico, tático e operacional. As fontes de informação apresentadas nesse estudo, além de permitirem que os gestores de organizações encontrem informações notórias, oportunas, consistentes, atuais e relevantes para cada área funcional das empresas também podem servir como um indicador da evolução econômica do país, que se reflete na preocupação nacional com a área em questão, a saber, o planejamento de empreendimentos e os fatores a eles relacionados.

A pesquisa preocupa-se também em tomar a literatura periódica como fonte de informação teórica e empírica para a criação de vantagem competitiva nas organizações, visando seu desenvolvimento econômico e financeiro. Com esta finalidade seleciona-se e extrai-se do domínio em questão, fontes de informação que apresentem exemplos de gestão em diferentes tipos de negócios, os quais, independentemente dos serviços ou produto que ofereçam, consideram as práticas de gestão da informação um dos principais instrumentos para promover vantagem competitiva no mercado.

A escolha da literatura da área da Ciência e Gestão da Informação (CGI) para a busca sobre o tema também decorre do fato de que as tentativas de organizar e comunicar os resultados de produção acadêmico-científica sobre informação para negócios visam ampliar as possibilidades de leitura e conhecimento sobre a área, e também apoiar, de modo indireto à economia nacional, no sentido de o empreendedor buscar informações adequadas e exemplos sobre o planejamento e manutenção de negócios em suas diferentes vertentes, desde como gerir a informação no setor de recursos humanos, tecnologias da informação, marketing,

finanças, até o setor de planejamento estratégico, tático ou operacional das organizações.

Os repositórios de informação escolhidos e utilizados para identificar fontes de informação relevantes à área da gestão de negócios foram duas bases de dados da área de CGI. A primeira base, denominada Base Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação - Base Brapci constitui-se da literatura periódica acadêmica e científica do domínio da Ciência e Gestão da Informação no Brasil. O segundo repositório intitula-se BaseKM, de *Knowledge Management*, a qual contém informações sobre a produção científica brasileira em Gestão do Conhecimento (GC) publicada em anais de congressos, periódicos, teses e dissertações.

A escolha desses repositórios ricos em informação para negócios justifica-se também pelo fato de representarem a área de CGI e por terem sido organizados e desenvolvidos integralmente dentro da Instituição Universidade Federal do Paraná por grupos de pesquisa.

1.1 QUESTÃO DE PESQUISA

Levando em conta o contexto apresentado, a questão de pesquisa investigada é **quais as fontes de informação do domínio da CGI para fundamentar a prática de uma gestão de negócios efetiva nas organizações?**

Essa questão de pesquisa revela a intenção de permitir um conhecimento mais aprofundado sobre as fontes de informação especializadas na área e estimular o desenvolvimento de negócios, nos quais a informação é o insumo principal às tomadas de decisões relativas aos três níveis organizacionais: operacional, tático, estratégico das áreas funcionais de uma organização.

1.2 JUSTIFICATIVA

Na visão de Beuren (2010), a justificativa de um estudo pode se dar pela explicação da forma como se adequa à critérios de relevância, exeqüibilidade, oportunidade e adaptabilidade, se estes forem os critérios para a escolha do tema da pesquisa.

A relevância da pesquisa em questão está relacionada ao estímulo de complementaridade entre teoria e prática apresentado aqui, visto que, a literatura especializada pode contribuir com a prática de negócios, em especial na busca por fontes de informação para a área.

A exeqüibilidade nada mais é do que a possibilidade de uso dessa pesquisa sobre informação de negócios para extrair boas idéias a respeito de ferramentas, métodos, modelos e abordagens passíveis de serem usadas e que podem auxiliar na tomada de decisão nas organizações, as quais a literatura relata.

Um ponto expressivo da justificativa do presente estudo é o leque de oportunidade que se abre às organizações a partir de um bom monitoramento e domínio de informações tanto operacionais como, gerenciais e estratégicas do setor a que se está voltado.

O critério de adaptabilidade refere-se à aplicação dos conhecimentos da pesquisadora para a realização desta pesquisa descritiva a partir da literatura científica. Uma vez que, a literatura especializada é o meio de divulgação científica de tecnologias, inovações e também de produtos e métodos relevantes para a gestão de negócios. Além disso, os procedimentos de pesquisa utilizados e a tentativa de convergir a teoria e a prática na construção e aplicação de novos saberes é corrente em outros estudos da pesquisadora. Incluso, o domínio da Ciência da Informação (CI) traz muitas possibilidades e modelos para a realização da gestão da informação, criação do conhecimento e para facilitar a tomada de decisão nas organizações. Hoje, saber trabalhar com dados, gerar informação, construir e consolidar conhecimento a partir destas informações é o diferencial das organizações para obterem vantagem competitiva no mercado em que atuam.

Para justificar o tema de estudo parte-se da idéia de que uma informação de qualidade nas organizações, para que possa promover uma gestão adequada do negócio em questão, deve apresentar, segundo Razzolini (2010), relevância, ou seja, notoriedade; deve ser oportuna, disponível no tempo adequado; consistente,

no sentido de ser completa, íntegra, e por fim, deve ter utilidade, para prover a organização de ações assertivas, desde o nível operacional ao estratégico.

1.3 OBJETIVOS

Nesse estudo tem-se um objetivo geral que se desdobra em outras quatro atividades específicas.

1.3.1 Objetivo Geral

O estudo tem como objetivo geral apresentar as principais fontes de informação do domínio da CGI para a prática de uma gestão de negócios efetiva nas organizações.

1.3.2 Objetivos Específicos

Deste geral desdobram-se quatro específicos, a saber:

- a) levantar a literatura do domínio da CGI sobre a gestão de negócios;
- b) relacionar a área da GI com a gestão empresarial;
- c) categorizar tematicamente as fontes de informação de cada área de negócio das organizações;
- d) propor fontes de informação para o processo decisório das organizações.

2 METODOLOGIA

Os aspectos metodológicos referem-se a uma tentativa de classificar as trajetórias metodológicas de um estudo quanto aos seus fins, seus meios e às técnicas utilizadas, de maneira que a trajetória escolhida cumpra com os objetivos da pesquisa considerando a forma como o problema de pesquisa foi abordado.

Esse estudo é de natureza descritiva e realiza uma análise documental. A análise de conteúdo apoiada em estudos métricos também foi adotada como modalidade de estudo para facilitar o esclarecimento dos padrões da informação registrada nos artigos pesquisados. Dessa maneira, pode-se perceber a evolução da temática, reunir e interpretar dados relativos a documentos, de modo a demonstrar o desenvolvimento da gestão de negócios no domínio da CGI e de suas linhas temáticas, assim como apresentar os indícios de renovação e produção do conhecimento de acordo com as características observadas como influência nessa produção.

A pesquisa partiu de um estudo exploratório nas bases de dados da área da Ciência e da Gestão da Informação mencionadas no início do estudo. A primeira, Base Referencial de Artigos de Periódicos da Área da Ciência da Informação (Brapci), buscou-se pelos descritores “gestão de negócio(s)” e “fontes de informação para negócio(s)” em todos os campos de busca da base. A partir deste amplo levantamento de 95 registros, selecionou-se somente 52 documentos ou fontes de informação relevantes para compor o quadro de fontes representativas deste repositório. Nesta base, identificou-se uma significativa presença dos descritores como inovação tecnológica e desenvolvimento científico, termos que, hoje, são atrelados à uma gestão efetiva de negócios como o desenvolvimento científico e tecnológico, a inovação e a construção e criação do conhecimento.

Outra base de dados utilizada, da área da Gestão da Informação e do conhecimento foi a BaseKM, repositório nacional de trabalhos apresentados em eventos sobre a GC, em que foram selecionados 44 trabalhos entre anais de Congresso e resumos de teses e dissertações. O descritor de busca utilizado foi “gestão de negócio(s)”, e logo, termos afins que a ele estavam relacionados.

2.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

Divergem os critérios norteadores das tipologias de delineamento de pesquisas e teorias que, apesar de manterem algumas semelhanças, não apresentam uniformidade entre si em seus princípios organizativos. Neste sentido, destaca-se o trabalho de Beuren (2010) que, após uma análise das tipologias de delineamento de pesquisa abordadas por diversos autores, delineia um agrupamento taxonômico adequado à área das Ciências Contábeis. As categorias de pesquisa apresentadas pela autora definem-se em relação aos objetivos, aos procedimentos e à abordagem do problema.

Esta pesquisa caracteriza-se como descritiva quanto aos fins. Apresenta uma abordagem qualitativa que será suportada também por dados matemáticos, entretanto não faz uso de ferramentas estatísticas, logo não pode ser considerada uma pesquisa quantitativa e tampouco híbrida.

2.1.1 Quanto à abordagem do problema

Sob o ponto de vista da abordagem do problema, uma pesquisa pode ter uma abordagem qualitativa ou quantitativa. Entende-se que a pesquisa em questão tem caráter qualitativo uma vez que não recorre a nenhum tipo de instrumento estatístico para coleta e tratamento de dados, somente utiliza-se de operações simples da matemática. Beuren (2010) caracteriza a tipologia qualitativa de forma a confirmar esta como característica metodológica da pesquisa em questão:

Na pesquisa qualitativa concebem-se análises mais profundas em relação ao fenômeno que está sendo estudado. A abordagem qualitativa visa destacar características não observadas por meio de um estudo quantitativo, haja vista a superficialidade deste último. [...] Na abordagem qualitativa, não se pretende numerar ou medir unidade ou categorias homogêneas. (BEUREN, 2010).

2.1.2 Quanto aos objetivos da pesquisa

Quanto aos objetivos da pesquisa ela pode ser categorizada, de forma geral em três tipos, de acordo com Beuren: (2010): exploratória, descritiva ou explicativa. Essa categorização refere-se ao nível de profundidade da pesquisa.

O trabalho em questão tem objetivos descritivos uma vez que se preocupa em observar enfoques, métodos e modelos da informação para negócios na literatura, identificando-os e analisando-os sem qualquer manipulação do pesquisador. Logo, será realizada uma análise documental, que por natureza é descritiva, de fontes de informação como artigos, relatos de experiências, resumos de teses e dissertações, comunicações e outros textos publicados em anais de congresso constituintes de bases de dados especializadas em CGI para a construção de um referencial teórico que abarque o contexto do problema de pesquisa e para que assim sejam propostas algumas fontes de informação selecionadas para a gestão de negócios nas organizações.

A pesquisa descritiva configura-se como um estudo intermediário entre a pesquisa exploratória e a explicativa, ou seja, não é tão preliminar como a primeira nem tão aprofundada quanto à segunda. Portanto, esta não pode ser explicativa uma vez que não objetiva aprofundar conhecimentos da realidade preocupando-se em justificar a razão dos fenômenos.

2.1.3 Quanto aos procedimentos da pesquisa

Na pesquisa científica os procedimentos referem-se à maneira pela qual se conduz o estudo e as técnicas utilizadas para a coleta de dados. Dessa forma, para melhor detalhar o pólo técnico do estudo ou também denominado pólo dos procedimentos, deve-se dizer que o presente estudo é uma pesquisa documental, uma vez que pretende realizar uma descrição de um domínio e a identificação das relações existentes entre as variáveis desse domínio a partir da análise, descrição, categorização e proposta de fontes de informação especializadas. Portanto, a pesquisa empírica ou técnicas empíricas não se aplicam a esse estudo. Vale dizer que as informações coletadas pelo pesquisador podem ser reelaboradas conforme os objetivos da pesquisa.

2.2 DESCRIÇÃO DA AMOSTRA, COLETA E ANÁLISE DE DADOS

O corpus da pesquisa constitui-se nas fontes de informação caracterizadas como artigos, resumos de teses e dissertações, relatos de caso, comunicações e outras publicações de anais de congresso da área da CGI.

O corpus selecionado da Base Brapci é composto por 52 documentos, e o corpus selecionado da BaseKM consiste em 44 documentos. O número total de fontes é de 96. A amostra de documentos a ser utilizada não é probabilística. A escolha desse corpus justifica-se pela relevância e credibilidade que essas bases apresentam, uma vez que a quase totalidade de revistas constituintes desses repositórios estão no Qualis da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior- CAPES. Têm-se como universo, as publicações de CGI. A análise se concretiza a partir da leitura, dos resumos dos textos selecionados, caso necessário, da leitura integral da publicação para a *posteriori* realizar a categorização dos tipos de informação encontrados nos textos de acordo com sua utilidade para cada área de negócios mencionada anteriormente, e compor assim um quadro de fontes para cada área funcional das organizações.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico desenvolvido permite um conhecimento aprofundado do tema: fontes de informação, mapeamento de informações externas, às organizações, informação como estratégia, assim como o conhecimento das distintas classificações de fontes de informação para negócios e a importância do periódico científico como fonte de informação para negócios. Ao final discorre sobre a informação como insumo essencial à competitividade das empresas e ao desenvolvimento de ferramentas de inteligência competitiva. Busca-se enfatizar a informação oportuna, notória, completa, atual e útil como instrumento para o gerenciamento de informações nas empresas, para o desenvolvimento de

planejamentos estratégicos, para a criação, aplicação, implementação e manutenção de estratégias de informação nas organizações.

3.1 FONTES DE INFORMAÇÃO

Previamente à proposta do quadro de fontes de informação para as áreas de negócio, é importante salientar que as fontes de informação são categorizadas inicialmente em três tipos: primárias, secundárias e terciárias. Segundo Cunha (2001), as fontes primárias são as que apresentam novas informações ou novas interpretações de idéias e/ou fatos, ou seja, fontes originais, dentre estas: periódicos, anais de congressos, conferências, patentes, teses e dissertações.

Ainda de acordo com o autor, as secundárias são as que organizam as fontes primárias e levam o leitor até as primeiras, como exemplos citam-se as bibliografias, os catálogos, as enciclopédias e os dicionários.

Por último, as fontes terciárias são as que trazem as indicações e a localização de fontes primárias e secundárias, como exemplo cita-se “as bibliografias de bibliografias, as bibliotecas” (CUNHA, 2001), alguns diretórios, bases de dados referenciais, entre outras não tão usuais.

As fontes de informação também podem ser classificadas de acordo com o suporte em que estão disponíveis: mídia impressa, mídia eletrônica, magnética, digital, entre outros suportes que possibilitam o acesso às informações.

As fontes de informação para negócios são recursos valiosos que servem de insumo para as tomadas de decisões e à formulação das estratégias organizacionais. Entretanto, há fontes que não atendem a critérios de confiabilidade, atualidade, completude e relevância demandadas para a realização de planejamentos estratégicos e tomadas de decisões assertivas nas organizações.

Para Campos e Barbosa (2008, p.106) as fontes de informação são usualmente categorizadas em pessoais ou impessoais (classificação quanto à proximidade), e internas ou externas (classificação quanto à origem). Segundo eles, “as percepções em relação às fontes de informação influenciam seu uso na monitoração ambiental”. Há dois tipos de percepções fundamentais relativos às fontes, a primeira é relativa à qualidade e a segunda é relacionada à acessibilidade

das fontes. A classificação de fontes da perspectiva da gestão de negócios deve adequar-se às necessidades de informação das organizações, considerando as percepções acima.

As fontes de informação sobre o ambiente externo às organizações, em que se monitora o mercado competitivo, ou também os denominados públicos interessados, (PI's) por Harrison (2005), representados por: clientes, fornecedores, concorrentes, agências e administradores governamentais, comunidades locais, grupos atividades, mídia, sindicatos e intermediários financeiros têm em vista, por meio de um monitoramento ambiental (MA) estabelecer barreiras de entrada aos concorrentes ou encontrar novas oportunidades de mercado e/ou inovações.

Porter, autor conhecido no campo do planejamento estratégico, em uma de suas obras apresenta uma lista de fontes de informação detalhadas, pensando, especialmente na monitoração do ambiente externo, são elas: livros, relatórios de pesquisas sobre setores industriais, associações comerciais, publicações comerciais, imprensa especializada em negócios, diretórios de empresas, relatórios anuais e publicações governamentais, dentre outras (PORTER, 1980), e que podem ser usadas por estrategistas para a análise dos fatores que determinam a concorrência em contextos empresariais.

Sobre as fontes mais utilizadas pelas organizações, tanto em seu ambiente interno como para monitoração do ambiente externo, Barbosa (2002) evidencia que, apesar da presença cada vez maior de recursos de tecnologia de informação nas organizações, os recursos humanos continuam a ser, em geral, as fontes mais utilizadas e aquelas vistas como as mais relevantes. Segundo o autor, “não se pode ignorar a multiplicidade de fatores – de natureza individual e organizacional - que determinam o uso da informação em ambientes empresariais”. Dessa forma, o autor baseia-se no modelo de Auster e Choo (1994) sobre a categorização de fontes de informação para propor a classificação a seguir:

fontes pessoais externas: clientes, concorrentes, representantes de órgãos governamentais;

fontes documentais externas: jornais e revistas (em papel ou em mídia eletrônica, publicações governamentais, rádio e televisão,

fontes pessoais internas: superiores hierárquicos, colegas do mesmo nível hierárquico, subordinados hierárquicos;

fontes documentais internas: memorandos, circulares e relatórios internos (em papel).

Já, para Sutton (1988, *apud* Barbosa 2006) há uma série de fontes de informação consideradas importantes por gerentes americanos para o processo de inteligência empresarial, a saber:

fontes internas: setores de vendas, de pesquisa mercadológica, de planejamento, de engenharia, de compras, análise de produtos concorrentes, ex-empregados de concorrentes;

contatos diretos com o setor de negócios: clientes, encontros, demonstrações de vendas, distribuidores, fornecedores, associações comerciais, consultores, varejistas, empregados dos concorrentes; agências de publicidade;

informações publicadas: periódicos do setor, material promocional das empresas, relatórios anuais, relatórios de analistas financeiros, periódicos financeiros, discursos dos gerentes, periódicos de negócios, jornais nacionais e locais, diretórios, publicações governamentais.

outras fontes: analistas financeiros, bases de dados eletrônicas, bancos de investimento e comerciais, anúncios, entre outros.

As informações, obtidas por meio das fontes acima, foram analisadas na pesquisa de Barbosa quanto à sua frequência de acesso, relevância e confiabilidade. Segundo Barbosa (2006)

as fontes de informação foram consideradas relevantes quando necessárias e úteis para o alcance dos objetivos e metas da organização. Já a fonte é confiável quando se origina de uma fonte idônea e, por esse motivo, pode fundamentar o processo decisório.

3.2 COMO MAPEAR INFORMAÇÕES NO AMBIENTE EXTERNO

Campos e Barbosa (2008, p.103), definem a Monitoração Ambiental (MA) como a “aquisição e o uso de informação sobre o ambiente externo, que pode auxiliar a tomada de decisão a respeito dos futuros cursos de ação da organização”. O mapeamento de informações aqui tratado pode ser considerado uma das tarefas exigidas no MA. Há distintas formas de mapear informações do ambiente externo, contudo é importante considerar o porte e as estratégias da organização. Os

gestores e os empreendedores percebem o ambiente e as fontes de informação de forma distinta, e “monitoram o ambiente externo especialmente em função de sua atividade, tecnológica ou não, e do estágio de evolução de suas empresas, incubadas ou não”, (CAMPOS e BARBOSA, 2008, p.103). Além de que, as incertezas estratégicas das empresas, segundo eles, influenciam no comportamento de monitoração e mapeamento de informações externas.

A monitoração de informações do ambiente externo de negócios, hoje, pode ser viabilizada pelo desenvolvimento das tecnologias de informação, permitindo, segundo Cândido e Araújo (2003), o mapeamento de fluxos de informação e inter-relacionamentos das informações internas e externas às organizações. As redes sociais servem de alternativa para tal atividade.

Para Moresi, Prado e Alcântara (2010), o processo de MA é o instrumento adequado para a obtenção de informações advindas de fontes externas, por visar à busca e o uso destas informações. Segundo eles, os metadados podem servir como ferramenta de suporte a processos de MA. “Este instrumento representa um importante diferencial para fortalecer os resultados a serem obtidos com o exercício da elaboração de cenários”. (MORESI, PRADO e ALCÂNTARA, 2010). Os autores relatam uma pesquisa realizada na Embrapa, em que se estudou o processo de elaboração de cenários apoiado pela prática de MA. Como um dos resultados foi desenvolvido um modelo de dados para apoio à MA e um metamodelo de dados para qualificação de fontes de informação.

Contudo, em relato de caso de uma empresa de telecomunicações de Minas Gerais, a TELEMIG, os principais problemas identificados na tarefa de MA, de acordo com Carvalho e Neves (1999, p. 283) foram relacionados aos usuários do processo, ou seja, os responsáveis pela atividade de MA, os quais apresentaram um baixo desempenho na utilização das ferramentas disponíveis, e também em relação os usuários finais, houve uma interação limitada, por não fazerem uso efetivo das informações geradas pela monitoração. Outra questão a ser destacada foi a falta de recursos humanos, técnicos, e especialmente, de interação e comunicação entre as áreas da empresa, o que dificultou a disseminação da informação e o incentivo ao uso das informações obtidas pela MA.

De acordo com Gilad & Gilad, (1985, *apud* CARVALHO e NEVES, 1999, p, 280) a MA deve ser reconhecida como uma função da organização e também precisa ser implantada formalmente. Essa implantação segundo os autores implica

no fornecimento da infra-estrutura necessária- recursos humanos, físicos, financeiros. Logo, é essencial que se espere o amadurecimento desta função, em média dois anos, para que o esforço dos responsáveis pela MA em coleta, alimentação e análise dos dados, seja consolidado e, para que assim possa haver um mapeamento útil e relevante e de qualidade das informações externas às organizações.

3.3 INFORMAÇÃO COMO ESTRATÉGIA

Prover uma organização de recursos informacionais essenciais possibilita que esta organização estabeleça um posicionamento estratégico que lhe traga vantagem competitiva no cenário em que está inserida. Logo, um bom planejamento estratégico requer informações estruturadas. Entretanto deve-se considerar o que diz Davenport (1998, p.84) sobre a estratégia informacional, que ela não consiste somente de bom senso e consistência. Em vista disso propõe algumas maneiras de desenvolver e aperfeiçoar métodos específicos que ajudem em tal processo de gestão estratégica da informação. Dentre estas técnicas pondera-se, em especial, o ponto que diz respeito ao contexto interno da organização, levando em conta informações sobre sua estrutura, função e mudanças que esta precisa sofrer para obter êxito em suas atividades.

Para identificar as necessidades informacionais de um contexto específico é importante que a estratégia utilizada para tal seja capaz de apresentar as competências essenciais de uma organização a partir, a princípio, do diagnóstico interno da organização para depois buscar por fontes externas de informação que possam ajudá-la a monitorar oportunidades e ameaças do mercado.

Como já mencionado, as informações internas da organização representam somente uma primeira etapa, visto que se deve considerar o uso de outras fontes como as publicações periódicas, que trazem informações ricas sobre inovações de produtos e serviços, novas políticas e modelos de coleta, monitoração e disseminação de informações, relatos de práticas de gestão de informação e de negócios nas organizações e também, informações sobre desenvolvimento científico e tecnológico. Estes tipos de informações além da prevenção e eliminação de

ameaças e do monitoramento de novas oportunidades no mercado destinam-se também à inovação tecnológica e à proposição de novas formas gerenciais que são divulgadas em domínios especializados como o da CGI.

Pereira e Rutina (2001) analisam os efeitos da globalização da economia sobre as novas tecnologias de informação e de gestão. Caracterizam algumas tendências: a informação como instrumento estratégico da política econômica, novas tecnologias de armazenagem, recuperação e disseminação da informação, novas formas de ação/gestão dos recursos informacionais e o Mercosul como uma excelente oportunidade de negócios para os profissionais da informação. Os autores finalizam sugerindo aos profissionais da informação que se comprometam com as transformações sociais apresentando comportamento profissional pró-ativo em termos de: inovação, criatividade, visão estratégica, empreendedorismo e educação continuada, nas unidades de informação sob sua responsabilidade.

3.4 PERIÓDICOS COMO PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÃO

Orientou a escolha do periódico como a fonte de informação predominante, o fato de que, segundo Bufrem (2009, p. 4) são fontes privilegiadas de produção de conhecimento, pois apresentam virtualidades como modelos exemplares de uma prática de extrema relevância para o desenvolvimento da ciência, enquanto frutos de pesquisa e reflexão e de posterior avaliação por uma comissão editorial.

As pesquisas publicadas em determinada área do conhecimento refletem o estágio da evolução dessa área e divulgam informações relevantes para a produção de outros estudos. No caso do Brasil, a produção de artigos científicos sobre o tema informação para negócios pode ser um indicador da evolução econômica do país, refletida na preocupação nacional com a área em questão. Desse modo, a revista científica adquire significado pelo seu valor como meio de comunicação e divulgação das mais recentes produções em domínios científicos específicos, que podem englobar desde as inovações, tecnologias até mesmo, novos métodos para gestão de negócios.

Este estudo está inserido num contexto de evolução contínua da produção científica assim como das necessidades em se gerenciar a informação, insumo

essencial para a obtenção de vantagem competitiva dentro do processo decisório nos diferentes níveis organizacionais.

Borges e Carvalho (1998, p.1) apresentam a importância da gestão da informação dentro das empresas quando dizem que a capacidade de uma empresa captar e absorver informação correta e de forma ágil determina suas possibilidades de inovar produtos, aumentar a lucratividade e atender ao cliente, sendo competitiva em um mercado altamente instável e ágil.

3.5 FONTES DE INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS

Apresentam-se aqui concepções diferenciadas de autores sobre o que se constitui a informação para negócios. Entende-se por informação para negócios de acordo com Montalli e Campelo (1997, p.321), aquela que subsidia o processo decisório do gerenciamento das empresas industriais, de prestação de serviços e comerciais nos seguintes aspectos: companhias, produtos, finanças, estatísticas, legislação e mercado; auxiliando na condução do seu negócio (KENNIGTON *apud* JANUZZI p.52, 2002) e sendo utilizada como um recurso para o processo de definição de uma estratégia num ambiente competitivo (MCGEE; PRUSAK, 1994, p.53).

Pode-se dizer que há distintas tipologias de informações para negócios, uma delas são as informações financeiras, que revelam o desempenho financeiro das empresas, o mercado financeiro e outras informações relevantes para pautar as tomadas de decisão sobre investimentos; custo de crédito; disponibilidade de assistência financeira; taxas de câmbio entre outras.

Já, pelo estudo exploratório realizado, e pelas categorias sintetizadas por Arantes e Bufrem (2008) sobre os tipos de informações de negócios, observou-se que, as informações do tipo mercadológico trazem as análises das fatias de mercado, dos padrões de consumo e gastos de consumidores, estudos de seus comportamento e estilos de vida por meio de pesquisas de opinião; como também informação sobre investimento em propaganda por diversos setores e concorrência.

As informações sobre empresas e produtos são aquelas que tratam do histórico de uma empresa, diretórios com perfis de empresas e informações sobre

fusões e aquisições. As informações jurídicas são relativas a leis e regulamentação de impostos e taxas que afetam o negócio ou possibilitam investimento em áreas com menor carga tributária.

As informações estatísticas desempenham o papel de demonstrar índices econômicos ou estatísticos sobre indústrias, comércio, produtos e serviços. Constitui-se de dados como PIB, renda per capita, níveis de preços, taxas de inflação e previsões econômicas. As estatísticas de indústria incluem dados de censo por tipo de indústria, emprego, volume de vendas, produção e estatísticas de comércio exterior. Os dados de censo demográfico consistem no número de habitantes de um país e nas características detalhadas da população e de suas residências.

Na figura abaixo Brandão (2004) apresenta uma taxonomia de fontes de informação que são consideradas fontes de informação para negócios.



FIGURA 1 – Taxonomia de Classificação de Fontes de Informação para Negócio. BRANDÃO, (2004).

Brandão (2004) em seu estudo adota a definição de informação para negócio de Montalli (1997, p. 321): “aquela que subsidia o processo decisório do gerenciamento das empresas industriais, de prestação de serviços e comerciais nos

seguintes aspectos: companhias, produtos, finanças, estatísticas, legislação e mercado.”

Pode-se dizer que dos tipos de informação pertinentes aos negócios, a literatura especializada aporta, em especial, as informações sobre empresas e produtos e informações mercadológicas. Pois as estatísticas, financeiras e jurídicas são encontradas em outras fontes de informação mais apropriadas como a legislação, os censos, os periódicos diários sobre economia e finanças.

De acordo com outra categorização, realizada por Valentim e Montanari (2004), as informações para o setor industrial são segmentadas em duas categorias, que são informações para negócios e informações tecnológicas, visto que, a informação tecnológica remete à inovação, fator essencial para a vantagem competitiva das organizações hoje.

O estudo de Wanderley (1999), intitulado “um instrumento de macropolítica de informação: concepção de um sistema de inteligência de negócios para gestão de investimentos de engenharia” busca descrever a concepção de um sistema de inteligência de negócios para a atividade de gestão de investimentos de engenharia na indústria de petróleo.

Wanderley (1999, p.190), contextualiza e situa a inteligência de negócios numa economia que tem a informação sobre o mercado e sobre as estratégias mercadológicas de seus concorrentes como condição essencial para o desenvolvimento de uma base de conhecimentos sobre gestão de negócios e a conseqüente obtenção de vantagem competitiva nas organizações. Ainda para a autora (1999), a inteligência de negócios “é uma disciplina que surge a partir desta necessidade permitindo a monitoração permanente do ambiente de atuação da empresa, mediante coleta, análise e validação de informações sobre concorrentes, clientes, parceiros, fornecedores e demais atores,” e que visa reduzir riscos para as tomadas de decisão.

Wanderley (1999) relata o caso de aplicação e implementação de um sistema de informação na Petrobrás, o qual usa a gestão da informação para auxiliar nos na tomada de decisão da empresa, ponderando todo o conhecimento base da organização para fundamentar seu processo decisório do nível estratégico.

Em relação às fontes de informação da Internet, Cerantola e Ferraz (2009) tratam especificamente de notícias relacionadas ao tema Marcas, se as notícias sobre esse tema podem ser consideradas fontes de informação confiáveis para as

peessoas que buscam saber sobre a importância e necessidade do registro de marcas para a defesa da propriedade intelectual. Conclui-se que as fontes de informação só são capazes de informar sobre o tema para os já especialistas ou conhecedores no assunto, os leigos não podem se orientar sobre as notícias da temática para reconhecer a importância e necessidade do registro de marcas para a defesa da propriedade intelectual.

Pode-se dizer que isso ocorre em outras temáticas do conhecimento, devido ao volume excessivo de informações que a internet e veicula e disponibiliza, a capacidade de filtragem e reconhecimento de fontes confiáveis em qualquer área do conhecimento por leigos é pequena.

Borges e Campello (1997) analisam a organização da informação para negócios, sua terminologia e conceituação, as tendências de sua organização em países desenvolvidos e a situação brasileira. Apresentam as atividades das redes de informação tecnológica para desenvolver ações visando o fornecimento de informações para negócio, porém, segundo os autores, são ações ainda incipientes.

Deve-se destacar que há uma imprecisão terminológica relativa aos termos informação tecnológica e informação para indústria. Contudo, percebe-se que o termo informação tecnológica é mais voltado à prática, modo de fazer de um produto ou de prestar serviços, e a informação para negócios é voltada a todo tipo de informação que pode ser usada para fundamentar uma tomada de decisão.

Entretanto, na concepção de Aguiar (1991), o termo informação para negócios envolve mais a dimensão estratégica da informação para negócios, a qual visa a inteligência de negócios. Destaca-se a necessidade uma terminologia padronizada para a área, visto que esse conteúdo está disperso.

3.5.1 Informação e competitividade

Segundo Calazans, (2008), a qualidade da informação é um dos alicerces para a sobrevivência e maior competitividade das organizações. Esse fato tem se legitimado frente ao contexto dos últimos anos, em que estudos e pesquisas sobre o assunto expandem-se, em especial as pesquisas relativas à “como avaliar, medir e aprimorar a qualidade da informação, possibilitando às organizações utilizá-la e

disponibilizá-la, com maior eficiência e eficácia” (CALAZANS, 2008, p.29) em busca da competitividade.

As tecnologias da informação são ferramentas facilitadoras do monitoramento de informação que habilitam a organização e suas pessoas a gerarem conhecimento. Logo, o domínio da tecnologia da informação e de práticas de gestão de conhecimento são fatores determinantes na competitividade das organizações. No cenário de mercados cada vez mais turbulentos e competitivos, o domínio da informação é o que determina se uma empresa está na frente de suas concorrentes na corrida pela liderança e alcance efetivo de seus objetivos.

Barbosa (2002, p.2) sobre a conjuntura atual e os desafios das empresas, diz que:

além de o conjunto de elementos ou componentes do ambiente externo ser cada vez mais complexo, eles tendem a modificar-se cada vez mais rapidamente. Ou seja, aumentam, a cada dia, o grau de complexidade e a velocidade com que o ambiente organizacional se altera. Nesse contexto, os administradores precisam enfrentar o desafio, não apenas de acompanhar essas mudanças, mas também de identificar as suas implicações para as organizações às quais pertencem.

Conforme Macedo e outros (2010), uma organização para alcançar um diferencial competitivo no mercado em que atua, necessita aperfeiçoar sua capacidade de utilização do conhecimento que por vezes fica restrita a algumas pessoas ou a áreas da empresa. A disseminação do conhecimento e a necessidade de aprender continuamente revelam-se critérios indispensáveis num contexto caracterizado pelo aumento do fluxo de informações e competências requeridas para o trabalho. Segundo os autores, para difundir a informação é fundamental o compartilhamento e o aprendizado contínuo.

De acordo Zangiski e outros (2009); o conhecimento é o recurso mais importante para a competitividade empresarial e, as teorias sobre aprendizagem organizacional contribuem para a sua gênese. Logo, percebe-se como etapa necessária a esse fim, que a informação monitorada atenda a padrões de qualidade os quais englobam utilidade, notoriedade, confiabilidade, atualidade e relevância para que possam ser potenciais geradoras de conhecimento nas empresas, que aliadas à capacidade de aprendizagem dos membros da organização, construa competências e capacitações que devem ser definidas e estabelecidas no nível organizacional.

Tem-se que o processo de GI, quando alinhado às reais necessidades de informação das organizações, é o principal responsável pela vantagem competitiva das empresas, em especial quando facilitado pelas tecnologias da informação e comunicação, e aliado às práticas de aprendizagem organizacional.

3.5.2 Inteligência Competitiva

Conforme Escorsa Castells e outros [2001?] a Inteligência Competitiva (IC), também conhecida como inteligência de negócio ou BI (*Business Intelligence*), vem sendo definida por muitos autores. Para Ettore [1995 *apud* ESCORSA CASTELLS e outros [2001?] a inteligência competitiva não é somente uma análise de mercado, mas constitui-se em uma investigação na qual se identificam fatos e evidências valiosas para a competitividade das organizações e se determinam ações a seguir por meio da detecção de movimentos estratégicos presentes ou futuros do mercado. Já, Gibbons [1996, *apud* ESCORSA CASTELLS *et al* 2001?] apresentam a seguinte definição: “ *es el proceso de obtención, análisis, interpretación y difusión de información de valor estratégico sobre la industria y los competidores, que se transmite a la gente apropiada en un tiempo oportuno*”.

Segundo os mesmos autores, um sistema de inteligência competitiva de qualidade deve orientar-se ao mercado, identificar quais as forças de maior importância presentes no cenário externo de competição e enfim possibilitar um profundo conhecimento das metas, objetivos e planos que a organização busca.

Nesse contexto, para Barbosa (2006) as fontes de informação são utilizadas com o objetivo de coletar elementos sobre aspectos ou componentes específicos do ambiente empresarial, em que a inteligência competitiva constitui-se em um processo pelo qual as informações do ambiente externo, basicamente sobre produtos, clientes e competidores, são monitoradas e recompiladas para uso da organização em seus planejamentos estratégicos, de curto, médio e longo prazo.

Por ser uma atividade que faz com que empresas aprendam a ser melhores que suas concorrentes e entendam claramente o seu negócio, é uma dos fatores que torna as organizações altamente competitivas, por meio da tomada de decisões embasadas em informações significativas sobre o mercado em momentos específicos.

Portanto, concorda-se com Rodríguez e Escorsa (1998) quando se remetem à IC como um processo contínuo de transformação de dados, informação e conhecimento do ambiente externo em um produto de inteligência para a ação.

Vale ressaltar que a IC pode adotar rumos metodológicos distintos que sejam condizentes com os aspectos da organização em que está sendo implantada, assim como com as tecnologias de informação e comunicação utilizadas para tal fim.

Logo, as condições de competitividade impostas às organizações que querem seguir no mercado ou liderá-lo, exigem a adoção de práticas de gestão, em especial de monitoramento e mapeamento de informações externas, que quando amadurecidas e constantemente aperfeiçoadas podem consolidar modelos de inteligência competitiva nas organizações e contribuir efetivamente para uma gestão de negócios.

4 RESULTADOS

Como resultado desse estudo pretende-se apresentar os quadros de fontes de informação especializada em CGI, oriundos da seleção de fontes em duas bases de dados do domínio em questão. Apresenta-se também uma breve descrição de ambos os repositórios e suas ferramentas de busca com vistas a estimular a busca por outras fontes de informação.

4.1 BASE BRAPCI

A Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (Brapci) é o produto de informação do projeto de pesquisa “Opções metodológicas em pesquisa: a contribuição da área da informação para a produção de saberes no ensino superior” (2002), cujo objetivo é subsidiar estudos e propostas na área de CI, fundamentando-se em atividades planejadas institucionalmente, assim como oferecer suporte à pesquisa; facilitar a análise de dados; subsidiar estudos na busca da melhoria na qualidade das publicações periódicas da área de Ciência da Informação e socializar saberes no ensino superior.

Atualmente apresenta um total 8168 referências e resumos de textos publicados em periódicos nacionais impressos e eletrônicos da área de CI documentos, entre os tipos: artigos de pesquisa, artigos de revisão, comunicações, relatos de experiência, relatos de caso e pontos de vista. A disponibilidade de artigos com *link* para o texto integral está em aproximadamente 4.500.

A Brapci amplia o espaço documentário permitido ao pesquisador, facilita a visão de conjunto da produção na área, ao mesmo tempo, que revela especificidades do domínio científico. Os saberes e as pesquisas publicados e organizados para fácil recuperação clarificam as posições teóricas dos pesquisadores. Este projeto foi financiado pelo Conselho Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento.

Outro aspecto que comprova a credibilidade da fonte de informação Brapci é que indexa somente periódicos com periodicidade regular e que estão presentes no

Qualis da CAPES. A Brapci atende aos critérios de atualidade, credibilidade, confiabilidade e completeza de conteúdo no domínio da CGI. Além disso, hoje, pode ser considerada a base de dados mais completa da área da CGI no Brasil. Nenhum outro país apresenta repositório atualizado, organizado e qualificado como este. Sua amplitude de publicações é expressiva, apresenta documentos de 1972 à 2011.

Sua interface de busca é amigável, os termos mais buscados aparecem em nuvens de *tags*. Permite definir o período de busca, em: todo período ou de dez em dez anos, ou também permite especificar um período. As opções de busca nos campos podem ser variadas: ou pela incidência do termo de busca no título, ou palavra-chave ou resumo do texto, ou em todos os campos. Há a possibilidade de buscar por autores. Ela pode ser acessada pelo site: <http://www.brapci.ufpr.br>.

No seu mecanismo de recuperação de documentos foi implantada uma metodologia que determina a relevância dos documentos recuperados com base na incidência dos termos nos campos de busca. Essa relevância é representada por estrelas abaixo do resumo do documento. A organização dos documentos é pela ordem alfabética dos autores, e quando ativada a metodologia de pesos de campos de busca mais relevantes, observa-se que os mais relevantes possuem maior números de estrelas. Outro detalhe é que o sistema da Brapci gera a referência do documento na ABNT, e nas normas *Vancouver*, além de propiciar o *download* do texto completo como se pode ver na ilustração a seguir.



ILUSTRAÇÃO 1: Base de Dados Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação- Brapci.

Observa-se também que há a possibilidade de salvar uma seleção de artigos no próprio sistema Brapci. Basta cadastrar o usuário, e após, entrar com o *login* (email do usuário) e senha cadastrada para obter todas as estratégias de busca que já realizou anteriormente na base e os resultados recuperados das mesmas, quando salvos.

Segue abaixo o quadro de fontes de informação especializadas retirado da Base Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação- Brapci.

ÁREAS DE NEGÓCIO	FONTES DE INFORMAÇÃO	AUTORES	ANO
FINANÇAS	Gestão de custos no modelo de integração da estratégia de manufatura	PACHECO, M. G.; CALARGE, F. A.	2005
	Monitoração ambiental em contextos dinâmicos: busca e uso de informação por gerentes bancários	BASTOS, J. S. Y. <i>et al</i>	2004
	Fontes de informação financeira no Brasil	SOUZA, T. F. C., BORGES, M. E. N.	1999
MARKETING	Gestão da Informação e do conhecimento nas organizações orientação de marketing	AMARAL, S. A.	2008
	Web sites: uso de tecnologias no cumprimento das funções da biblioteca	AMARAL, S. A.	2005
	Marketing da Informação: entre a promoção e a comunicação integrada de marketing	AMARAL, S. A.	2008
	Inteligência em marketing: O marketing de permissão como ferramenta para a fidelização de clientes	ARAÚJO JÚNIOR, R. H.; CORMIER, P. M. J.	2008
	A informação como insumo na prática do marketing: possibilidade de capturar o conhecimento do cliente	DANTAS, E. B.	2006
	Compartilhamento do conhecimento em portais corporativos	MORESI, E. A. D.; MENDES, S. P.	2010
	Aplicativos de gestão de bibliotecas e a utilização do customer relationship management - CRM	NEVES, . L. C.; SOUZA, N. A.; LUCAS, E. R. O.	2006
	Marketing de relacionamento para a gestão de unidades de informação	OLIVEIRA, Â. M.; PEREIRA, E. C.	2003
	Utilização de um plano estratégico de marketing como instrumento decisório na gestão da biblioteca do SENAC de Florianópolis.	OLIVEIRA, D. A.	2008

	La comunicación corporativa y herramientas para desarrollar la presencia en el web	ROJO VILLADA, P. A.	2004
	Sistemas de informação de clientes e marketing de relacionamento para obtenção de vantagem competitiva em bancos comerciais	GONÇALVES FILHO, C.	1996
RECURSOS HUMANOS	Qualidade de vida no trabalho e gestão da qualidade em empresa de informática	ALMEIDA, M. S.	1996
	O perfil dos gestores de informação para a indústria capixaba	CARVALHO, I. C. L.	2008
	Profissional da informação, autônomo ou empresário, novas perspectivas de mercado de trabalho	BAPTISTA, S. G.	2000
TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO	O Núcleo de Informação Tecnológica e Gerencial - NITEG	FERREIRA, M. A. T.; BORGES, M. E. N. ; NEVES, J. T. R.	2000
	Avaliação de Ferramentas de <i>Business Process Management</i> (BPMS) pela Ótica da Gestão do Conhecimento	OLIVEIRA, A. M. A.; CARVALHO, R. B.; JAMIL, G. L.; CARVALHO, J. A. B.	2010
	A informação científica e tecnológica e os serviços de informação.	ROZADOS, H. B. F.	2006
	Desenvolvendo programas e serviços internet e www na área de informação para negócios: workshop	KOVACS, D.	1997
	O comércio que caiu na rede	GARCIA, H. D.	1999

	Novas tecnologias de informação e gestão em tempos de globalização.	PEREIRA, E. C.; RUTINA, R.	2001
PRODUÇÃO	NÃO FOI ENCONTRADO CONTEÚDO RELATIVO AO TEMA		
PLANEJAMENTO			
ESTRATÉGICO	Teoria do caos e gestão da informação uma integração na complexidade dos negócios e dos sistemas de informação	CARDOSO, L. H.; PEREIRA, E. C.	2005
	Informação para negócios e políticas de informação	FARIAS, . B.; VITAL, L. P.	2007
	Unidade de Negócio em Informação (UNInf): o futuro das bibliotecas universitárias na sociedade do conhecimento	DIB, S. F.; SILVA, N. C.	2006
	A administração da informação integrada as estratégias empresariais	FIDELIS, J. R. F.; CÂNDIDO, C. M.	2006
	A organização baseada no conhecimento: novas estruturas, estratégias e redes de relacionamento	ROSSETTI, A.; PACHECO, A. P. R.; SALLES, B.; GARCIA, M.; SANTOS, N.	2008
	Informação e competitividade: a contextualização da gestão do conhecimento nos processos organizacionais	SILVA, S. L.	2002
	Gestão estratégica da informação: estudo de caso em uma prestadora de serviços de tecnologia da informação	TORRES, R. F.; NEVES, J. T. R.	2008
	Um instrumento de macropolítica de informação: concepção de um sistema de inteligência de negócios para gestão de investimentos de engenharia	WANDERLEY, A. V. M.	1999
	Inteligência competitiva na cadeia têxtil	ROEDEL, D.	2000
	A gestão do conhecimento e a inovação tecnológica	DEMANTOVA NETO, C.; LONGO, R. M. J.	2001

	Gerenciamento estratégico de informação nas empresas industriais do setor de telecomunicações no Brasil	PONTES, C. C. C.	1999
TÁTICO	Prospecção de cadeias produtivas e gestão da informação	CASTRO, A. M. G.	2001
	Informação: a essência da qualidade	MOURA, L. R.	1996
	Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual	REZENDE, Y.	2002
	A internet como fonte de informações para negócio: um ensaio sobre a realidade da internet brasileira	BRANDÃO, W. C.	2004
	Informação para negócios: aspectos da literatura científica nacional em revistas da área de ciência da informação	ARAÚJO, A. C. A., BUFREM, L. S.	2008
	Informação tecnológica e para negócios no Brasil: introdução a uma discussão conceitual	JANNUZZI, C. A. S. C.; MONTALLI, K. M. L.	1999
	Produtos e serviços de informação para negócios no Brasil: características	BORGES, M. E. N.; CARVALHO, N. G. M.	1998
	Serviços de informação para negócios: a experiência do jornal Gazeta Mercantil	PAULINO, R. S.	1994
	A organização da informação para negócios no Brasil	BORGES, M. E. N.; CAMPELLO, B. S.	1997
	Informação para negócios na Internet: estudo das necessidades informacionais da indústria moveleira de Minas Gerais	DUARTE, L. O. B.	2000
	Indicadores de informação para o gerenciamento de programa de qualidade total nas pequenas empresas da Região de Campinas	CARMO, V. B.	1998
	A gestão na organização de unidades de informação	RAMOS, P. A. B.	1996
	A informação tecnológica no setor metalúrgico de Minas Gerais	MELO, M. C. F.	1997
	Instituições provedoras de informação tecnológica no Brasil: análise do potencial para atuação com informação para negócios	SOUZA, T. F. C., BORGES, M. E. N.	1996
OPERACIONAL	Bases de dados de informação para negócios no Brasil	CENDÓN, B. V.	2003

	Informação tecnológica e para negócios no Brasil: introdução ao uso de conceitos e terminologias	JANNUZZI, C. A. S. C.	1997
	A notícia como fonte de informação em propriedade intelectual: um olhar sobre o tema marcas	CERANTOLA, A. A.; FERRAZ, M. C. C.	2009
	A Informação no contexto dos Pecuaristas de Gado de Corte da UPG São Lourenço, Região Sudeste de Mato Grosso	GUSMÃO, A. O. M. <i>et al.</i>	2010

QUADRO 1 - FONTES DE INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS- BASE BRAPCI

4.2 BASEKM

A BaseKM originou-se pelo trabalho do Grupo de Pesquisa em Gestão da Informação e do Conhecimento e Inovação. Hoje, contém informações sobre a produção científica brasileira em GC publicada em anais de congressos, periódicos, teses e dissertações. Inicialmente foram utilizadas como fontes de consulta, além do Banco de Dissertações e Teses do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia- IBICT, os Anais do Congresso Brasileiro de GC - KMBRASIL (2001-2009).

A principal motivação para a construção da BaseKM é a contribuição que ela pode proporcionar à comunidade científica, empresários, gestores, pesquisadores, estudantes ou demais interessados, servindo como um importante instrumento de consulta sobre a autoria e as diferentes temáticas estudadas sobre GC no Brasil.

Nesse sentido, permite ao usuário dessas informações a formulação de conclusões a respeito de quais temáticas explorar em seus estudos, além de estabelecer tendências para a área. Representa um produto de informação desenvolvido com o apoio de bolsistas de iniciação científica do curso de Gestão da Informação da UFPR, e de bolsistas da Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR, disponibilizado no Portal de Gestão da Informação do Departamento de Ciência e Gestão da Informação (DECIGI), possibilitando ao usuário (interno e externo à UFPR e à PUCPR) o acesso às informações sobre a produção científica em GC.

Por utilizar o mesmo sistema ou estrutura tecnológica da Brapci, a BaseKM apresenta potencialmente os mesmos recursos de busca que a base Brapci. Atualmente, alguns recursos para facilitar a organização das informações revocadas ainda não foram aplicados, visto que está em processo de construção. Porém, não há impedimentos ao seu acesso. Observa-se também que ela incorpora a metodologia de recuperação de documentos por relevância, dos campos de busca. O link de acesso à base é <http://www.basekm.ufpr.br>.

Segue abaixo o quadro de fontes de informação especializadas retirado da BaseKM.

ÁREAS DE NEGÓCIO	FONTES DE INFORMAÇÃO	AUTORES	ANO
FINANÇAS	O uso da inteligência competitiva na produção de informações fiscais para a controladoria: inteligência fiscal	RIBEIRO, F. P	2003
MARKETING	Clientes médicos: um estudo de caso da indústria farmacêutica de produtos éticos	BUENO, A. J. B.; REZENDE, D. C. de; OLIVEIRA, L. H.	2004
	Valoração de soluções em tecnologia da informação com base no conceito de capital intelectual	CARVALHO, I. M. <i>et al.</i>	2003
	O uso de inteligência competitiva no processo de internacionalização das empresas brasileiras: algumas recomendações	FONTANA, E. W.; RODRIGUES e RODRIGUES, M. V.	2003
RECURSOS HUMANOS	A Gestão de competências nas organizações virtuais: o caso da empresa UR2	BALCEIRO, R. B.; FIGUEIREDO, P. P.	2002
	Universidade corporativa: a gestão de competências associada à competitividade da organização	BOMFÁ, S. M. Z.; CASTRO, J. E. E.; CARVALHO, F. C. A. de; FREITAS, M. do C. D.	2002
	Comportamentos que contribuem para o compartilhamento de conhecimento em uma empresa pública	CARVALHO, I. M. de; ISIDRO FILHO, A	2008
	Influência dos traços culturais nos processos de aprendizagem organizacional	SANTOS, I. de O.; FISCHER, A. L	2003
	A cultura organizacional e a reflexão ética sobre a responsabilidade social do shopping center	SILVA, V. E. V. da; MARTINS, M. de F. M; CARDOSO, L. J.	2003
TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO	Sistemas integrados de gestão e conhecimento organizacional: dinâmica das interações na pós-implementação em uma regional de uma empresa de serviços de telecomunicações. Universidade Federal de Pernambuco	LUDMER, G.	2006

	Um modelo baseado em inteligência artificial para a gestão do conhecimento aplicado ao processo de desenvolvimento de software. Universidade de Brasília (UnB)	VIEIRA, S. C.	2008
	TI Verde – A Tecnologia aliada à sustentabilidade ambiental	FERREIRA; D. D. M.	2008
	Avaliação econômica em TI: métodos e aplicações no ambiente empresarial	GRÜTTNER, V.; MENDES, A.	2005
	Compartilhando o conhecimento na web: serviço de resposta técnica ou de pergunte ao especialista como meio de compartilhamento e difusão do conhecimento para empresas	LUZ, G. M. S. <i>et al</i>	2003
	Suporte à criação de inteligência organizacional em uma empresa pública de jornalismo com o uso de mineração de textos.	SILVA, E. M.; PRADO, H. A. Do; FERNEDA, E.	2002
PRODUÇÃO	Um projeto de gestão e engenharia de conhecimento para controle da produção	DUMMER, E.	2003
	A contribuição da gestão do conhecimento e da inteligência competitiva na estratégia de produção em curtumes	SANTOS, Z. C.	2001
	Estruturação das lições aprendidas na implementação da produção enxuta na Alcoa de Poços de Caldas	SIMÃO, L. A. P. M.	2003
	Gestão do conhecimento e complexidade: um estudo de caso do sistema produtivo do setor de análises clínicas de um hospital universitário.	STADINICK, K.	2005
	Desperdício da manufatura enxuta: não aproveitamento do conhecimento para inovação	MUNIZ, J.; LOURENÇÃO, P. T. M.; FERREIRA, U. R	2004
	Gestão do conhecimento e desenvolvimento tecnológico e econômico na avaliação da conformidade de válvulas industriais	NÓBREGA, R.; CÂMARA, W.	2008
	A memória técnica organizacional como prática de gestão do conhecimento em uma indústria metalúrgica de médio porte	KREMER, C. D.; KOVALESKI, J.L.; CARVALHO, H. G	2008
	Estudo da adequação entre estratégia logística e gestão do conhecimento: estudo de caso no setor de bebidas	MIELE, J.; TAKAHASHI, S.	2002

PLANEJAMENTO			
ESTRATÉGICO	Gestão do conhecimento como estratégia de negócios para uma empresa do setor metalúrgico : um estudo de caso	ANGONEZI, A.	2006
	O uso da tecnologia de agentes em comércio eletrônico	ALVARES, L. <i>et al</i>	2002
	Gestão de conhecimento no Serpro - um processo, um aprendizado	CADAIS, J. A. C. da C.; FARIA, S. G.	2002
	Portal corporativo como diferencial estratégico para tomada de decisões e gestão do conhecimento: O Caso do HSBC Brasil	FLORIANO, P. R. <i>et al.</i>	2008
	Agregando valor a modelos de inteligência competitiva através da metodologia de diagramas de ciclos causais	NASCIMENTO, N. J.	2003
	Swarm Teams: uma proposta para arquitetura de ambientes fomentadores da produção de conhecimento.	CATALDO, J. L	2002
	Gestão do conhecimento: integrando planejamento estratégico, organização e comunicação da informação na Embrapa - monitoramento por satélite	PIEROZZI JÚNIOR, I.; MIRANDA, E. E.; CARVALHO, C. A.	2006
	Sistema de informações para a gestão do conhecimento em formação de preços	SOUZA, A. A. <i>et al</i>	2002
	Aplicação da bibliometria na análise estratégica das competências da EMBRAPA	PENTEADO, R.; QUONIAM, L.	2001
TÁTICO	Portal IGTI: ambiente virtual para comunidades de prática nas áreas de inovação e tecnologia da informação aplicadas à gestão de negócios: uma iniciativa que atende a perspectiva da sociedade da informação no Brasil	ABREU, A. F. <i>et al</i>	2002

	Uma ferramenta para avaliar atividades e processos de gestão do conhecimento	ALBINO, J. P. <i>et al</i>	2008
	Procedimentos convergentes na avaliação de fontes de informação	AMARAL, E. C. S.; BARBOSA, M. L. A.; TEIXEIRA, M. G.	2002
	O sistema produtivo local como uma organização em rede. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento	GALLINDO, F. M.; CAVALCANTI, M. C. B.	2003
	TBL, ecoeficiência e TRIZ na sustentabilidade do setor bancário: teste do Método para Concepção de Negócios Sustentáveis – MCNS-TRIZ	GOMES FILHO, A. C. <i>et al</i>	2009
	Os meios eletrônicos no processo de gestão: um estudo sobre o uso da inteligência competitiva	MAÑAS, A. V.; KUNIYOSHI, M. S.; SANTOS, S. A.	2003
	Gestão do conhecimento - um estudo sobre empresas do setor de informática em Minas Gerais	OLIVEIRA E SILVA, A. B.; PARREIRAS, F. S.; BASTOS, J.S. Y.; BRANDÃO, W. C	2003
	Introdução à gestão de conteúdos	PEREIRA, J. C. L.; BAX, M. P.	2002
	Um novo modelo de gestão do conhecimento	ROSSATO, M. A.; CAVALCANTI,	2002

		M.	
	Portais corporativos nas universidades: conhecimento e inteligência como diferencial competitivo	TEIXEIRA, D; CARDOSO, F.F.	2004
OPERACIONAL	O gerenciamento dos documentos críticos do acervo da documentação técnica de engenharia : o caso da unidade de negócios de dutos e terminais da Transpetro	VIEIRA, C. M. S.	2004
	Monitoramento do ambiente de negócios da área de transmissão de dados no espaço livre para a empresa Konntec	MIRANDA, C. P. O.; SILVA, L. R.; OLIVEIRA, M. A. L.; GOMES, N. A. O.	2003

QUADRO 2 - FONTES DE INFORMAÇÃO PARA NEGÓCIOS- BASE KM

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo de apresentar as principais fontes de informação do domínio da CGI para a prática de uma gestão de negócios nas organizações foi alcançado, já que as organizações enfrentam dificuldade para tornarem-se competitivas devido à falta de gestão adequada, em especial, no que diz respeito à informação. Tal condição é verificada na literatura, tanto nos estudos teóricos como nos empíricos.

Percebe-se que o conhecimento dos processos de GI nas organizações é requisito primordial para a obtenção de vantagem competitiva em meio ao contexto de mercado instável e competitivo. O levantamento da literatura da área em questão corroborou para constatação de que a gestão empresarial requer ferramentas e procedimentos da GI a fim de monitorar, mapear, coletar, organizar, tratar, analisar, disseminar e comunicar informações, e em uma etapa mais avançada, implantar a inteligência competitiva. A Inteligência competitiva, além de propiciar a geração de informações estratégicas em todas as áreas funcionais contribui com tomadas de decisão estratégicas na alta administração das empresas.

O ineditismo da pesquisa visualiza-se na tentativa de aproximar tematicamente cada área de negócio da organização: recursos humanos, finanças, marketing, tecnologia da informação e planejamento com as questões de gerenciamento de informação apropriadas a tais contextos funcionais e verificar o que foi desenvolvido e aplicado nessas áreas para gerenciar suas informações com finalidades operacionais, ou táticas ou estratégicas de cada área.

Há estudos que apresentam uma maior dificuldade de adequação a uma área específica de negócios, visto que tratam especificamente dos processos de gestão da informação. Esses estudos em sua maioria foram adequados à área de planejamento.

Grandes empresas, como verificado na literatura, apresentam um departamento ou setor destinado exclusivamente aos processos de GI para produção de informação estratégica de distintos tipos: científica, tecnológica, para inovação, entre outras de acordo com as classificações de informações para negócios mencionadas no decorrer do trabalho. Essas organizações, além de trabalharem com informação estruturada para tomada de decisão, apresentam um

diferencial competitivo por intermediar e integrar os outros níveis da organização e seus departamentos, facilitando a comunicação entre eles, tanto do ponto de vista operacional, como gerencial.

É em busca desse diferencial competitivo que as organizações estão agregando cada vez mais conhecimentos relativos à GI e dando importância à formação de profissionais da área que possam proporcionar informações de fontes fidedignas, no momento necessário, na medida exata e que sejam úteis para atingir as estratégias da organização assim como possibilitar a elaboração de planejamentos estratégicos de curto, médio e longo prazo para que assim também se capacitem a fim de gerarem conhecimento por meio das informações que coletam e gerenciam.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, A. C. Informação e atividades de desenvolvimento científico, tecnológico e industrial: tipologia proposta com base em análise funcional. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 20, n. 1, p. 7-15, 1991.

_____. Informação e atividades de desenvolvimento científico e tecnológico do setor produtivo. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 20, n. 1, p. 7-15, 1991.

AUSTER, E., CHOO, C. W. **CEOs, information, and decision-making: scanning the environment for strategic advantage**, Library Trends, v.43, n.2, p.206-225, Fall 1994.

BARBOSA, R. R. Uso de fontes de informação para a inteligência competitiva: um estudo da influência do porte das empresas sobre o comportamento informacional. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, n. esp., 1º sem. 2006.

_____. Inteligência Empresarial: uma avaliação de fontes de informação sobre o ambiente organizacional externo. **DataGramaZero**, Rio de Janeiro, v.3 n.6, dez. 2002.

BEUREN, I.M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade : teoria e prática**. 3. ed. 5. reimpr. São Paulo : Atlas, 2010.

BORGES, M. E. N., CARVALHO, N. G. de M. Produtos e serviços de informação para negócios no Brasil: características. **Ciência da Informação**, Brasília, v.27, n.1, 1998.

BORGES, M. E. N.; CAMPELLO, B. dos S. A organização da informação para negócios no Brasil. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 2, n. 2, jul./dez. 1997, p. 149-161.

BRANDÃO, W. C.. A internet como fonte de informações para negócio: um ensaio sobre a realidade da internet brasileira. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 9, n. 1, p. 88-99, jan./jun. 2004.

BUFREM, L. S. **Opções metodológicas em pesquisa**: a contribuição da área da Ciência da Informação para a produção de saberes no ensino superior. Proposta de pesquisa para a obtenção da Bolsa de Produtividade em Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), 2009.

CALAZANS, A.T. S. Qualidade da informação: conceitos e aplicações. **Transinformação**, Campinas, v. 20, n. 1, jan./abr. 2008, p. 29-45.

CAMPOS, L. F.de B.; BARBOSA, R. R.. Monitoração ambiental em empresas incubadas e graduadas: influências das atividades e do estágio de evolução das firmas. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.18, n.1, p.103-118, jan./abr. 2008.

CÂNDIDO, G. A.; ARAÚJO, N. M. de. As tecnologias de informação como instrumento de viabilização da gestão do conhecimento através da montagem de mapas cognitivos. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n. 3, 2003.

CARVALHO, A. M. A. de; NEVES, J. T. de R. O ambiente externo à organização: o caso de uma empresa de telecomunicações de Minas Gerais. **Transinformação**, Campinas, v.11, n.3, p.275-285, set./dez.1999.

CASTRO, R.C.F.; GONÇALVES, A.; RAMOS, L. M .S. V. C. Revistas científicas: características, funções e critérios de qualidade. In: **Comunicação e produção científica: contexto, indicadores e avaliação**. São Paulo: Agellara, 2006.

CENDÓN, B. V. Bases de dados de informação para negócios. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 31, n.2, p. 30-43, maio/ago. 2002.

CERANTOLA, A. A.; FERRAZ, M. C. C. A notícia como fonte de informação em propriedade intelectual: um olhar sobre o tema marcas. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. 14, n. 28, p. 135-149, 2009.

COMAN Jr., Edwin F. *Business literature*. In: KENT, A., LANCOUR, H. (Eds.) **Encyclopedia of library and information science**. New York: M.Dekker, v. 3, p.554-573, 1970.

CUNHA, Murilo Bastos da. **Para saber mais: fontes de informação em ciência e tecnologia**. Brasília: Briquet de Lemos/Livros, 2001. 168p.

DAVENPORT, T. H; PRUSAK, L. **Ecologia da informação**: porque só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo : Futura, 1998.

ESCORSA CASTELLS, P.; MASPONS BOCH, CRUZ JIMÉNEZ, R. **Inteligencia competitiva y transferencia de Tecnologías: reflexiones para el desarrollo de la relación universidad – empresa**. [2001?]. Disponível em: <<http://www.oei.es/salactsi/pere2.pdf>>,

HARRISON, J. Implementação da Estratégia: Recursos e Relações. In: HARRISON, J. **Administração Estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

JANNUZZI, C. A. **Informação tecnológica e para negócios no Brasil: conceitos e terminologias**. Campinas: Alinea, 2002.

JANNUZZI, C. A. S. C.; MONTALLI, K. M. L. Informação tecnológica e para negócios no Brasil: introdução a uma discussão conceitual. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 28, n. 1, jan./abr. 1999.

MACEDO, N. M. M. N.; BARROS, R. A.; CANDIDO, G. A. Avaliação do processo de aprendizado e de compartilhamento do conhecimento: um estudo exploratório em uma empresa agroindustrial. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 20, n. 1, jan./abr. 2010.

MCGEE, J; PRUSAK, L. **Gerenciamento Estratégico da Informação**: aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

MEADOWS, A. J. **A comunicação científica**, Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

MONTALLI, K. M. L, CAMPELLO, B. dos S. Fontes de informação sobre companhias e produtos industriais: uma revisão de literatura. **Ciência da Informação**, Brasília, v.26, n. 3, p. 321-326, set/dez. 1997.

MORESI, E. A. D.; PRADO, H. A.; ALCÂNTARA, A. Cenários prospectivos, monitoração ambiental e metadados. **DataGramaZero**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, fev./2010.

PEREIRA, E. C.; RUTINA, R.. Novas tecnologias de informação e gestão em tempos de globalização. **Informação & Informação**, Londrina, v. 6, n. 2, jul./dez. 2001, p. 109-120.

PORTER, M. **Competitive strategy: techniques for analysing industries and competitors**. New York, NY: The Free Press, 1980.

RAZZOLINI, E. F^o. Qualidade percebida da informação. [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida de: <razzolini@ufpr.br>, em: 08/11/2010.

RODRÍGUEZ, M; ESCORSA, P. *Transformación de la información a la Inteligencia tecnológica en la organización empresarial: instrumento para la toma de decisiones estratégicas*, **RECITEC-Recife**, v. 2, n. 3, pp. 177-202, Brasil, 1998.

SUTTON, H. **Competitive intelligence** (Conference Board Research Report n. 913). New York: The Conference Board, 1988.

WANDERLEY, A.V. M. Um instrumento de macropolítica de informação. concepção de um sistema de inteligência de negócios para gestão de investimentos de engenharia. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 28, n. 2, maio/ago. 1999, p. 190-199.

VALLE, B. M. tecnologia da informação no contexto organizacional. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 25, n.1, p.7-11, jan./abr.1996.

VALENTIM, M. L. P.; MONTANARI, F. R. Fontes de informação industrial na internet. In: TOMAÉL, M. I.; VALENTIM, M. L. (orgs.). **Avaliação de fontes de informação na internet**. Londrina, PR: Eduel, 2004. 162 p.

ZANGISKI, M. A. da S. G.; LIMA, E. P. de; COSTA, S. E. G. da. Uma discussão acerca do papel da aprendizagem organizacional na formação de competências. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 38, n. 3, set./dez. 2009.

ANEXO I

LISTA DE FONTES DE INFORMAÇÃO- BASE BRAPCI

(A ordem disposta abaixo é a mesma que a do quadro de fontes de informação da Brapci)

1. PACHECO, Milton Gomes; CALARGE, Felipe Araújo. Gestão de custos no modelo de integração da estratégia de manufatura. **Transinformação**, Campinas, v. 17, n. 1, jan./abr. 2005, p. 61-77.
2. BASTOS, Jaime Sadao Yamassaki et al. Monitoração ambiental em contextos dinâmicos: busca e uso de informação por gerentes bancários. **Perspectivas em Ciência da informação**, Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p. 218-229, 2004.
3. SOUZA, Terezinha de Fátima Carvalho de, BORGES, Mônica Erichsen Nassif. Fontes de informação financeira no Brasil. **Ciência da informação**, Brasília, v. 28, n. 1, 1999.
4. AMARAL, Sueli Angélica do. **Gestão da informação e do conhecimento nas organizações e orientação de marketing**. Informação & Informação, v. 13, n. 0, 2008, p. 52-70.
5. AMARAL, Sueli Angélica do. Web sites: uso de tecnologias no cumprimento das funções da biblioteca. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 15, n. 2, 2005, p. 15-40.
6. AMARAL, Sueli Angélica do. Marketing da Informação: entre a promoção e a comunicação integrada de marketing. Informação & Sociedade: Estudos, v. 18, n. 1, jan./abr. 2008, p. 31-44.
7. ARAÚJO JÚNIOR, Rogério Henrique de; CORMIER, Patrícia Marie Jeanne. Inteligência em Marketing: O marketing de permissão como ferramenta para a fidelização de clientes. Revista de Biblioteconomia de Brasília, v. 23-24, n. 4, 1999-2000, p. 527-544.
8. DANTAS, Edmundo Brandão. A informação como insumo na prática do marketing: possibilidade de capturar o conhecimento do cliente. Informação & Sociedade: Estudos, v. 16, n. 1, 2006, p. 35-47.
9. MORESI, Eduardo Amadeu Dutra; MENDES, Sérgio Peixoto. Compartilhamento do conhecimento em portais corporativos. Transinformação, v. 22, n. 1, jan./abr. 2010, p. 19-32.
10. NEVES, Guilherme Luiz Cintra; SOUZA, Nicole Amboni de; LUCAS, Elaine Rosângela de Oliveira. Aplicativos de gestão de bibliotecas e a utilização do customer relationship management - CRM. Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, v. 11, n. 1, jan./jul. 2006, p. 111-127.

11. OLIVEIRA, Ângela Maria de; PEREIRA, Edmeire Cristina. marketing de relacionamento para a gestão de unidades de informação. *Informação & Sociedade: Estudos*, v. 13, n. 2, 2003, p. 13-36.
12. OLIVEIRA, Débora Alves de. Utilização de um plano estratégico de marketing como instrumento decisório na gestão da biblioteca do SENAC de Florianópolis. *Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina*, v. 13, n. 1, jan./jun. 2008, p. 174-188.
13. ROJO VILLADA, Pedro Antonio. La comunicación corporativa y herramientas para desarrollar la presencia en el web. *Comunicação & Informação*, v. 7, n. 1, jan./jun. 2004.
14. GONÇALVES FILHO, Cid. Sistemas de informação de clientes e marketing de relacionamento para obtenção de vantagem competitiva em bancos comerciais. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v. 1, n. 2, jul./dez. 1996.
15. ALMEIDA, Márcia Silveira. Qualidade de vida no trabalho e gestão da qualidade em empresa de informática. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 1, n. 1, jan./jun. 1996
16. CARVALHO, Isabel Cristina Louzada, et al. O perfil dos gestores de informação para a indústria capixaba. **Ciência da informação**, Brasília, v. 37, n. 1, p. 73-84, 2008.
17. BAPTISTA, Sofia Galvão. Profissional da informação, autônomo ou empresário, novas perspectivas de mercado de trabalho. **Perspect. ciênc. inf.**, Belo Horizonte, v. 5, n. 1, p. 91-98, 2000.
18. FERREIRA, Marta Araújo Tavares; BORGES, Mônica Erichsen Nassif; NEVES, Jorge Tadeu de Ramos. O Núcleo de Informação Tecnológica e Gerencial - NITEG. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 5, n. esp., 2000, p. 117-120.
19. OLIVEIRA, Alessandro Marcus Afonso; CARVALHO, Rodrigo Baroni de; JAMIL, George Leal; CARVALHO, Juliana Amaral Baroni. Avaliação de Ferramentas de Business Process Management (BPMS) pela Ótica da Gestão do Conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 15, n. 1, jan./abr. 2010, p. 132-153.
20. ROZADOS, Helen Beatriz Frota. A informação científica e tecnológica e os serviços de informação. **Informação e Sociedade: Estudos**, v. 16, n. 1, p. 49-62, 2006.
21. KOVACS, Diane. Desenvolvendo programas e serviços internet e WWW na área de informação para negócios: workshop. **Transinformação**, Campinas v. 9, n. 3, p. 167-172, 1997
22. GARCIA, Heliéte Dominguez. O comércio que caiu na rede. **Informação e Informação**, Londrina, v. 4, n. 2, p. 105-112, 1999.

23. PEREIRA, Edmeire Cristina; RUTINA, Raquel. Novas tecnologias de informação e gestão em tempos de globalização. **Informação & Informação**, v. 6, n. 2, jul./dez. 2001, p. 109-120.
24. CARDOSO, Luiz Henrique; PEREIRA, Edmeire Cristina. Teoria do caos e gestão da informação: uma integração na complexidade dos negócios e dos sistemas de informação. **Transinformação**, v. 17, n. 3, set./dez. 2005, p. 222-233.
25. FARIAS, Gabriela Belmont de; VITAL, Luciane Paula. Informação para negócios e políticas de informação. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, v. 12, n. 1, jan./jun. 2007, p. 87-98.
26. DIB, Simone Faurý; SILVA, Neusa Cardim. Unidade de Negócio em Informação (UNInf): o futuro das bibliotecas universitárias na sociedade do conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 11, n. 1, jan./abr. 2006, p. 20-31.
27. FIDELIS, Joubert Roberto Ferreira; CÂNDIDO, Cristiane Missias. A administração da informação integrada as estratégias empresariais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 11, n. 3, set./dez. 2006, p. 424-432.
28. ROSSETTI, Adroaldo; PACHECO, Ana Paula Reusing; SALLES, Bertholdo; GARCIA, Marcos; SANTOS, Neri. A organização baseada no conhecimento: novas estruturas, estratégias e redes de relacionamento. **Ciência da Informação**, v. 37, n. 1, jan./abr. 2008, p. 61-72.
29. SILVA, Sergio Luis da. Informação e competitividade: a contextualização da gestão do conhecimento nos processos organizacionais. **Ciência da Informação**, v. 31, n. 2, maio/ago. 2002, p. 142-151.
30. TORRES, Roger Faleiro; NEVES, Jorge Tadeu de Ramos. Gestão estratégica da informação: estudo de caso em uma prestadora de serviços de tecnologia da informação. **DataGramaZero**, v. 9, n. 1, fev. 2008.
31. WANDERLEY, Ana Valéria Medeiros. Um instrumento de macropolítica de informação. Concepção de um sistema de inteligência de negócios para gestão de investimentos de engenharia. **Ciência da Informação**, v. 28, n. 2, maio/ago. 1999, p. 190-199.
32. ROEDEL, Daniel. Inteligência competitiva na cadeia têxtil. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 23-24, n. 4, 1999-2000.
33. CARMO, Vadson Bastos do. Indicadores de informação para o gerenciamento de programa de qualidade total nas pequenas empresas da Região de Campinas. **Transinformação**, v. 10, n. 1, jan./abr. 1998, p. 135-143.

34. DEMANTOVA NETO, Carlos; LONGO, Rose Mary Juliano. A gestão do conhecimento e a inovação tecnológica. *Transinformação*, Campinas, v. 13, n. 2, jul./dez. 2001, p. 93-110.
35. PONTES, Cecília Carmen Cunha. Gerenciamento estratégico de informação nas empresas industriais do setor de telecomunicações no Brasil. **Ciência da informação**, Brasília, v. 28, n. 1, p. 20-27, 1999
36. CASTRO, Antônio Maria Gomes de. Prospecção de cadeias produtivas e gestão da informação. **Transinformação**, v. 13, n. 2, jul./dez. 2001.
37. MOURA, Luciano Raizer. Informação: a essência da qualidade. **Ciência da Informação**, v. 25, n. 1, jan./abr. 1996, p. 36-42.
38. REZENDE, Yara. Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual. **Ciência da Informação**, v. 31, n. 1, jan./abr. 2002, p. 75-83.
39. ARAUJO, Ana Carolina Arantes, BUFREM, Leilah Santiago. Informação para negócios: aspectos da literatura científica nacional em revistas da área de ciência da informação. **Ciência da informação**, Brasília, v. 37, n. 1, p. 7-17, 2008.
40. BRANDÃO, Wladimir Cardoso. A internet como fonte de informações para negócio: um ensaio sobre a realidade da internet brasileira. *Perspectivas em Ciência da informação*, Belo Horizonte, v. 9, n. 1, p. 88-99, 2004.
41. JANNUZZI, Celeste Aída Sirotheau Corrêa, MONTALLI, Kátia Maria Lemos. Informação tecnológica e para negócios no Brasil: introdução a uma discussão conceitual. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 28, n. 1, p. 28-36, 1999.
42. BORGES, Mônica Erichsen Nassif; CARVALHO, Natália Guiné de Mello. Produtos e serviços de informação para negócios no Brasil: características. **Ciência da informação**, Brasília, v. 27, n. 1, p. 76-81, 1998.
43. PAULINO, Ruth Simão. Serviços de informação para negócios: a experiência do jornal Gazeta Mercantil. **Ciência da informação**, Brasília, v. 23, n. 2, p. 217-225, 1994.
44. BORGES, Mônica Erichsen Nassif; CAMPELLO, Bernadette dos Santos A organização da informação para negócios no Brasil. **Perspectivas em. Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 2, n. 2, p. 149-161, 1997.
45. DUARTE, Luiz Otávio Borges. Informação para negócios na Internet: estudo das necessidades informacionais da indústria moveleira de Minas Gerais. **Perspect. ciênc. inf.**, Belo Horizonte, v. 5, n. 1, p. 23-40, 2000.
46. RAMOS, Paulo A. Baltazar. A gestão na organização de unidades de informação. *Ciência da Informação*, v. 25, n. 1, jan./abr. 1996, p. 15-25.

47. MELO, Maristela Capanema Ferreira e. A informação tecnológica no setor metalúrgico de Minas Gerais. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v. 2, n. 1, jan./jun. 1997, p. 65-76.
48. SOUZA, Terezinha de Fátima Carvalho de, BORGES, Mônica Erichsen Nassif. Instituições provedoras de informação tecnológica no Brasil: análise do potencial para atuação com informação para negócios. **Ciência da informação**, Brasília, v. 25, n. 1, p. 52-58, 1996.
49. CENDÓN, Beatriz Valadares. Bases de dados de informação para negócios no Brasil. **Ciência da informação**, Brasília, v. 32, n. 2, p. 17-36, 2003
50. JANNUZZI, Celeste Aída Sirotheau Corrêa. Informação tecnológica e para negócios no Brasil: introdução ao uso de conceitos e terminologias. **Transinformação**, Campinas, v. 9, n. 3, p. 159-160, 1997.
51. CERANTOLA, Ane Aparecida; FERRAZ, Maria Cristina Comunian. A notícia como fonte de informação em propriedade intelectual: um olhar sobre o tema marcas. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. 14, n. 28, p. 135-149, 2009.
52. GUSMÃO, Alexandre Oliveira de Meira; FERNANDES, Joliza Chagas; PIÑOL, Susana Taulé; LOUREIRO, Carlos Roberto; SILVA, Antonio Rodrigues da; GUSMÃO, Nair Oliveira de Paula. A Informação no Contexto dos Pecuaristas de Gado de Corte da UPG São Lourenço, Região Sudeste de Mato Grosso The information in the context of the cattlemen´s beef of the St. Lawrence Valley, the southern region of Mato Grosso, Brasil.. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, v. 15, n. 2, jul./dez. 2010.

ANEXO II

LISTA DE FONTES DE INFORMAÇÃO- BaseKM

(A ordem disposta abaixo é a mesma que a do quadro de fontes de informação da BaseKM)

1. RIBEIRO, F. P. **O uso da inteligência competitiva na produção de informações fiscais para a controladoria:** inteligência fiscal. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 2, 12-14 nov. 2003.
2. BUENO, A. J. B.; REZENDE, D. C. de; OLIVEIRA, L. H. de. **Clientes médicos:** um estudo de caso da indústria farmacêutica de produtos éticos. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 3, 22-24 nov. 2004.
3. CARVALHO, I. M. *et al.* **Valoração de soluções em tecnologia da informação com base no conceito de capital intelectual.** Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 2, 12-14 nov. 2003
4. FONTANA, E. W.; RODRIGUES e RODRIGUES, M. V. **O uso de inteligência competitiva no processo de internacionalização das empresas brasileiras:** algumas recomendações. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 2, 12-14 nov. 2003.
5. BALCEIRO, Raquel B.; FIGUEIREDO, Pedro P. **A Gestão de competências nas organizações virtuais:** o caso da empresa UR2. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento v. 1, 16-18 set. 2002
6. BOMFÁ, Silvana M. Z.; et al. **Universidade corporativa:** a gestão de competências associada à competitividade da organização . Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 1, 16-18 set. 2002.
7. CARVALHO, I. M. de; ISIDRO FILHO, A. **Comportamentos que contribuem para o compartilhamento de conhecimento em uma empresa pública.** Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento v. 7, 27 - 29 Aug 2008.
8. SANTOS, I. de O.; FISCHER, A. L. **Influência dos traços culturais nos processos de aprendizagem organizacional.** Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 2, 12-14 nov. 2003.
9. SILVA, V. E. V. da; MARTINS, M. de F. M; CARDOSO, L. J. **A cultura organizacional e a reflexão ética sobre a responsabilidade social do shopping center** . Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 2, 12-14 nov. 2003.
10. LUDMER, Gilson. **Sistemas integrados de gestão e conhecimento organizacional** : dinâmica das interações na pós-implementação em uma regional de uma empresa de serviços de telecomunicações. Recife: UFPE,

2006. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.
11. VIEIRA, Sandro Carlos. **Um modelo baseado em inteligência artificial para a gestão do conhecimento aplicado ao processo de desenvolvimento de software**. Brasília, UnB, 2008. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação) - Universidade de Brasília (UnB), Brasília, 2008.
 12. FERREIRA, D. D. M. **TI Verde**: a tecnologia aliada à sustentabilidade ambiental. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento v. 7, 27 - 29 Aug 2008.
 13. GRÜTTNER, Vilmar; MENDES, Adriana. **Avaliação econômica em TI**: métodos e aplicações no ambiente empresarial. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 4, 09-11 nov. 2005.
 14. LUZ, G. M. S.; *et al.* **Compartilhando o conhecimento na web**: serviço de resposta técnica ou de pergunte ao especialista como meio de compartilhamento e difusão do conhecimento para empresas. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 2, 12-14 nov. 2003.
 15. SILVA, E. M.; PRADO, H. A. Do; FERNEDA, E. **Suporte à criação de inteligência organizacional em uma empresa pública de jornalismo com o uso de mineração de textos**. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 1, 16-18 set. 2002.
 16. DUMMER, Edson. **Um projeto de gestão e engenharia de conhecimento para controle da produção** : um estudo de caso na fabricação de papel. Porto Alegre: UFRGS, 2003. 84 p. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Computação- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre 2003.
 17. SANTOS, Z. C. **A contribuição da gestão do conhecimento e da inteligência competitiva na estratégia de produção em curtumes**. Porto Alegre: UFRGS, 2001. 102.p. Dissertação (Mestrado em Administração). . Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.
 18. SIMÃO, L. A. P. M. **Estruturação das lições aprendidas na implementação da produção enxuta na Alcoa de Poços de Caldas**. São Carlos:UFSCar, 2003. 146 p. Dissertação (Mestrado Engenharia de Produção). Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, SP, 2003.
 19. STADINICK, K. **Gestão do conhecimento e complexidade**: um estudo de caso do sistema produtivo do setor de análises clínicas de um hospital universitário. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 4, 09-11 nov. 2005.
 20. MUNIZ, J.; LOURENÇÃO, P. T. M.; FERREIRA, U. R. **Desperdício da manufatura enxuta não aproveitamento do conhecimento para inovação**. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 3, 22-24 nov. 2004.

21. NÓBREGA, R.; CÂMARA, W. **Gestão do conhecimento e desenvolvimento tecnológico e econômico na avaliação da conformidade de válvulas industriais**. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 7, 27 - 29 Aug. 2008
22. KREMER, C. D.; KOVALESKI, J.L.; CARVALHO, H. G. **A memória técnica organizacional como prática de gestão do conhecimento em uma indústria metalúrgica de médio porte**. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 7, 27 - 29 Aug 2008.
23. MIELE, J.; TAKAHASHI, S. **Estudo da adequação entre estratégia logística e gestão do conhecimento**: estudo de caso no setor de bebidas. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 1, 16-18 set. 2002.
24. ANGONEZI, Alexandre. **Gestão do conhecimento como estratégia de negócios para uma empresa do setor metalúrgico**: um estudo de caso. Porto Alegre: UFRGS, 2006, 80 p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.
25. ALVARES, Lilian et al. **O uso da tecnologia de agentes em comércio eletrônico**. KM Brasil, v. 1, 2002.
26. CADAIS, J. A. C. da C.; FARIA, S. G. de. **Gestão de conhecimento no Serpro**: um processo, um aprendizado . Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento v. 1, 16-18 set. 2002.
27. FLORIANO, Paulo Roberto; et al. **Portal corporativo como diferencial estratégico para tomada de decisões e gestão do conhecimento**: o caso do HSBC Brasil. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento v. 7, 27 - 29 Aug 2008.
28. NASCIMENTO, N. J. **Agregando valor a modelos de inteligência competitiva através da metodologia de diagramas de ciclos causais**. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 2, 12-14 nov. 2003.
29. CATALDO, J. L. **Swarm Teams**: uma proposta para arquitetura de ambientes fomentadores da produção de conhecimento. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 1, 16-18 set. 2002.
30. PIEROZZI JÚNIOR, I.; MIRANDA, E. E.; CARVALHO, C. A. **Gestão do conhecimento**: integrando planejamento estratégico, organização e comunicação da informação na Embrapa - monitoramento por satélite. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 5, , 29 - 31 Ago. 2006.
31. SOUZA, A. A. *et al.* **Sistema de informações para a gestão do conhecimento em formação de preços**. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 1, , 16-18 set. 2002.

32. PENTEADO, R.; QUONIAM, L. **Aplicação da bibliometria na análise estratégica das competências da EMBRAPA**. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, 03-05 out. 2001.
33. ABREU, Aline França de et al. **Portal IGTI: ambiente virtual para comunidades de prática nas áreas de inovação e tecnologia da informação aplicadas à gestão de negócios**: uma iniciativa que atende a perspectiva da sociedade da informação no Brasil. KM Brasil, v. 1, 2002
34. ALBINO, João Pedro et al. **Uma Ferramenta para avaliar atividades e processos de gestão do conhecimento**. KM Brasil, v. 7, 2008.
35. AMARAL, E. C. S.; BARBOSA, M. L. A.; TEIXEIRA, M. das G. A. **Procedimentos convergentes na avaliação de fontes de informação**. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 1, 16-18 set. 2002.
36. GALLINDO, Fabiano Muniz; CAVALCANTI, Marcos do Couto Bezerra. **O sistema produtivo local como uma organização em rede**. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento v. 2, 12-14 nov. 2003.
37. GOMES FILHO, Antonio Costa et al. **TBL, Ecoeficiência e TRIZ na sustentabilidade do setor bancário**: teste do Método para Concepção de Negócios Sustentáveis – MCNS-TRIZ. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento v. 8, 16 - 18 Sep 2009.
38. MAÑAS, A. V.; KUNIYOSHI, M. S.; SANTOS, S. A. **Os meios eletrônicos no processo de gestão**: um estudo sobre o uso da inteligência competitiva. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 2, 12-14 nov. 2003.
39. OLIVEIRA e SILVA, Antônio Braz de; PARREIRAS, F. S.; BASTOS, J.S. Y.; BRANDÃO, W. C. **Gestão do conhecimento** :um estudo sobre empresas do setor de informática em Minas Gerais. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 2, 12-14 nov. 2003
40. PEREIRA, Júlio C. L.; BAX, Marcello P. **Introdução à gestão de conteúdos**. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 1, 16-18 set. 2002.
41. ROSSATO, Maria A.; CAVALCANTI, Marcos. **Um novo modelo de gestão do conhecimento**. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento v. 1, 16-18 set. 2002
42. TEIXEIRA, D; CARDOSO, F.F.; RODRIGUES, R. F. **Portais corporativos nas universidades**: conhecimento e inteligência como diferencial competitivo. Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 3, 22-24 nov. 2004.
43. VIEIRA, Conceição Maria Sande. **O gerenciamento dos documentos críticos do acervo da documentação técnica de engenharia**: o caso da unidade de negócios de dutos e terminais da Transpetro. Salvador: UFBA,

2004, 184p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Instituto de Ciência da Informação, Universidade Federal da Bahia. Salvador.

44. MIRANDA, C. P. O. et al. **Monitoramento do ambiente de negócios da área de transmissão de dados no espaço livre para a empresa Konntec.** Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento, v. 2, 12-14 nov. 2003.